



Los Premios Dircom 2026 reconocen a Sandra Golpe, Ac2ality y los mejores proyectos de comunicación corporativa en España



La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, ha celebrado esta tarde en el Teatro Calderón de Madrid la 9ª edición de los Premios Dircom Ramón del Corral, en la que ha reconocido los 24 mejores proyectos de comunicación corporativa, institucional y de marca creados y difundidos en España. Entre las compañías premiadas en esta edición figuran BBVA, CaixaBank, Iberdrola, Repsol, Aqualia, Ecoembes, ESIC, [lunion](#), Moeve o Naturgy, entre otras. Los proyectos premiados reflejan algunos de los principales retos actuales de la profesión: la gestión de la reputación, la comunicación interna, la sostenibilidad, los asuntos públicos, la comunicación institucional o el uso responsable de la inteligencia artificial.

Entre los galardones destacados, Banco Sabadell ha obtenido dos premios por sus proyectos vinculados a la comunicación en el contexto de una OPA hostil, en las categorías Comunicación y Alta Dirección y Comunicación Integral en Grandes Compañías. Naturgy ha sido reconocida en la nueva categoría Mejor campaña de comunicación con IA, mientras que AIReF ha recibido el premio en Comunicación Integral en Instituciones Públicas, otra de las novedades de esta edición.

Premio Especial de la Junta Directiva: Sandra Golpe y Ac2ality

El Premio Especial de la Junta Directiva ha recaído este año en Sandra Golpe, directora y presentadora de Antena 3 Noticias 1, y en Ac2ality, proyecto informativo impulsado por Daniela Macarena, Gabriela Campbell, María Murillo y Paula Muñoz.



Bajo el concepto “La comunicación que conecta generaciones ”, Dircom reconoce dos formas de acercar la información a públicos distintos: el periodismo televisivo riguroso, cercano y contextualizado de Sandra Golpe , y los nuevos lenguajes digitales de Ac2ality , capaces de conectar con audiencias jóvenes desde formatos ágiles, visuales y comprensibles.

El Premio Especial de la Junta Directiva fue entregado por Jaime Massó y Laura Gonzalvo , vocales de la Junta Directiva de Dircom.

Por su parte, Joaquín Mouriz, presidente de Dircom , dio la bienvenida a los asistentes y destacó que “ los proyectos premiados demuestran que la comunicación es hoy una función decisiva para generar confianza, gestionar la reputación y ayudar a las organizaciones a responder con rigor en entornos cada vez más complejos ”.

Una gala con el tiempo como protagonista

La gala, conducida por Zapata Tenor y retransmitida en directo a través de YouTube ha reunido a más de 600 profesionales de la comunicación en una noche única y tuvo el tiempo como hilo conductor creativo, combinando la entrega de premios con música en directo a cargo de 20 músicos de la Sinfónica de Rivas, Alma Mahler.

Esta edición ha supuesto el cierre de la etapa de Javier Fernández del Moral al frente de la presidencia del jurado de los Premios, tras nueve años dirigiendo la evaluación de los proyectos. A partir de la próxima edición, tomará el relevo José Manuel Velasco , expresidente de Dircom y consultor de referencia en comunicación.

La edición de 2026 ha contado con 263 candidaturas, 66 proyectos finalistas y 24 categorías. Los trabajos han sido evaluados por un jurado formado por 45 profesionales de los ámbitos corporativo, institucional, académico y mediático. La gala ha contado con el patrocinio de BEON Worlwide y la colaboración de Alma Mahler y Best Way

24 PROYECTOS GANADORES

BLOQUE : Comunicación de Propósito y Marca

Categoría: Comunicación de propósito: Hospital Sant Joan de Déu, por “Pacientes sin diagnóstico”.

Imagen de marca: Animaj y Burson, por “Pocoyó: el regreso de un icono Made in Spain”.

Comunicación de producto o servicio: ESIC University, por “CULPABLE”.

Rebranding: Nealis, por “Rebranding con propósito. De Grupo Gimeno a Nealis”.

Eventos

Evento interno: BBVA, por “BBVA Go Further”.

Evento externo: Mahou y True PR, por “La caña de Mahou entre los veinte iconos de Madrid”.

Comunicación interna



Motivación y engagement en compañías u organizaciones: Ecoembes y Roman Reputation Matters, por “Reverde – Una nueva Comunicación Interna para una nueva Ecoembes”.

Cuidado de los empleados en compañías u organizaciones: Moeve, por “Accesibilidad Digital en Canales Internos”

Multimedia

Estrategia de audio y/o desarrollo de podcast: Lidl y Keepers (parte de Apple Tree), por “Los frescos de Lidl”.

Campañas nativas en redes sociales: Choví, Apple Tree y Keepers, por “Brava”.

Vídeo corporativo: Repsol y Warner Music Spain, por “Multimedia documental – Todo Cambia”.

Soporte digital: Radisson Hotels y Apple Tree, por “Creator Hub”.

Inteligencia Artificial

Mejor campaña de comunicación con IA: Naturgy, por “Campaña Comunicación: Los Reyes Magos”.

ESG

Compromiso social: CaixaBank, por “Impresionantes. Día de la Discapacidad 2025”.

Compromiso ambiental: Ecovidrio e [ILUNION](#) Comunicación Social, por “El Efecto Mari Rosa”.

Buen gobierno: Junta de Castilla y León y Puentia Comunicación, por “Sostenibilidad territorial y demográfica CYL”.

Memoria de sostenibilidad: Aqualia, por “El hilo azul que nos une”.

Comunicación de Crisis

Comunicación de crisis: Iberdrola, por “Ciberseguridad, por mis compañeros. Por mí primero”.

Lobby y Asuntos Públicos

Lobby y Asuntos Públicos: Bolt, Marcas de Restauración, España de Noche, Cerveceros de España, TimeOut, Talento para el Futuro y Harmon, por “La ciudad nos mueve”.

Comunicación y Alta Dirección

Comunicación y Alta Dirección: Banco Sabadell, por “El poder de liderar el relato en una OPA hostil”.

Comunicación Integral

Comunicación Integral en ONGs: Fundación Cruz Roja Española y Archetype España, por “#ConversacionesHumanitarias”.

PUBLICACIÓN: topcomunicacion.com

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €54.00

AUDIENCIA:

AUTOR: Fernando Montero

URL: www.topcomunicacion.com



[> Versión en línea](#)

> 17 de junio de 2026 a las 10:07

Comunicación Integral en Instituciones Públicas: AIReF y Viewpoint, por “AIReF: Comunicación Integral. Divulgación con rigor”.

Comunicación Integral en Pymes: Prodigioso Volcán, por “Comunicación Integral de Prodigioso Volcán”.

Comunicación Integral en Grandes Compañías: Banco Sabadell, por “El poder de la comunicación en una OPA hostil”.

Artículo anterior

Iván Albertos, Public Affairs & Sustainability Manager de BASF España: “La búsqueda permanente de aliados es una gran ayuda, especialmente de cara al legislador”